

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian oleh para konsumen mobil bekas di Saputra Motor Surabaya.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*. Data penelitian diambil berdasarkan kuisioner yang diisi oleh 94 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria-kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti terhadap objek penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena dengan harga yang relatif lebih rendah dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin menarik promosi yang diberikan maka konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan promosi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, prize, and promotion on selling decision by consuments of second-hand car in Saputra Motor, Surabaya.

The technique of data collection used non-probability sampling technique, that doesn't allow the same chance for each member of the population to become a sample. While, the research data were taken based on questionnaire of 94 respondents, and choosen by purposive sampling method. This method was due to criteria or certain considerations that had been decided by the researcher. In addition, the data analysis technique used multiple regression linier with SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 25.

The research result concluded that the product quality had positive significant on selling decision since the consuments were interested in buying a product with good quality. While, the prize had positive significant influence on selling decision as lower prize, and appropriate benefit would affect the consuments to buy the product. In addition promotion had positive and significant effect on selling decision since the more interesting promotion lead more consuments to buy the product. In brief, selling decicion could be influenced by product quality, prize, and promotion.

Keywords: Product quality, Price, Promotion, Selling decision